

**ANALISIS BLOG SEBAGAI MEDIA ALTERNATIF  
PENYEBARAN MAKLUMAT  
DALAM INDUSTRI PELANCONGAN**

**KAMAL BIN ALI**

Tesis ini dikemukakan sebagai memenuhi syarat penganugerahan  
Ijazah Sarjana Sains (Perancangan Pelancongan)

Fakulti Alam Bina  
Universiti Teknologi Malaysia

MEI 2008

*Khas buat isteri tercinta*

*MASLIZA IDANI BINTI MAHMOOD*

## **PENGHARGAAN**

***“Dengan nama Allah Yang Maha Pemurah Lagi Maha Penyayang, Selawat dan Salam ke atas Nabi Muhammad S.A.W”***

Alhamdulillah, kerana dengan keredhaan dan keizinanNya dapat saya menyiapkan tesis ini dalam masa yang ditetapkan. Jutaan terima kasih ditujukan khas buat Dr. Hairulnizam bin Ismail selaku penyelia tesis ini yang sentiasa memberikan bimbingan, sokongan, perhatian, kebebasan dan ruang untuk saya merealisasikan segala idea.

Sekalung penghargaan ditujukan kepada semua pensyarah Sarjana Perancangan Pelancongan khasnya Prof. Dr. Amran Bin Hamzah, Prof. Dr. Zainab Binti Khalifah dan Pn. Hasliza Binti Halim atas segala bimbingan dan tunjuk ajar.

Ucapan ribuan terima kasih teristimewa kepada isteri yang dirindui, sentiasa tersemat dan abadi di hati saya, Masliza Idani Binti Mahmood atas segala sokongan dan pengorbanan bagi memastikan saya mencapai cita-cita. Juga buat mak dan abah saya yang sentiasa mendoakan kejayaan saya demi memastikan tesis ini siap dengan sempurnanya.

Akhir sekali kepada semua yang terlibat secara langsung dan tidak langsung dalam menyiapkan tesis ini, sokongan dan dorongan yang telah diberikan amat bermakna buat saya. Semoga diberkati dan dirahmati Allah di dunia dan akhirat. Wassalam.

## **ABSTRAK**

Perkembangan yang pantas dalam teknologi maklumat akan mengubah struktur industri di seluruh dunia. Blog telah menjadi evolusi baru dalam dunia media dan teknologi di seluruh dunia. Blog adalah jurnal online yang menyenaraikan pandangan dan telah digunakan oleh pengembara untuk menggambarkan minat, pemikiran atau pendapat berkenaan tempat yang dilawati seterusnya menyebarkan maklumat tentang destinasi pelancongan tersebut. Justeru itu, kajian ini dijalankan adalah untuk menganalisis berkenaan blog sebagai media alternatif penyebaran maklumat dalam industri pelancongan. Kajian ini telah memfokuskan kepada tiga aspek penting iaitu potensi blog dalam industri pelancongan, isu dan masalah pelaksanaan blog serta analisis pandangan pelawat blog dalam industri pelancongan. Kajian ini telah dijalankan di sekitar Johor Bahru dengan sampel kajian merangkumi sembilan orang responden iaitu seorang responden mewakili Pelancongan Malaysia (Johor), seorang responden mewakili Majlis Tindakan Pelancongan Negeri Johor, tiga responden mewakili Perbadanan Taman Negara Johor dan empat responden mewakili agensi pelancongan serta 47 laman blog yang berkaitan dengan industri pelancongan. Di dalam kajian ini, kaedah kualitatif telah digunakan. Pungutan data dan maklumat bagi kajian ini dilakukan melalui pendekatan temubual tidak berstruktur. Data-data temubual dan pandangan pelawat blog dianalisis secara manual iaitu dalam bentuk perihalan mengikut tema-tema dan aspek-aspek yang dikehendaki. Hasil kajian telah menunjukkan bahawa fungsi awal blog adalah untuk menyebarkan maklumat berdasarkan pengalaman individu. Namun terdapat blog yang tidak menyebarkan maklumat terkini tentang destinasi pelancongan. Walau bagaimanapun blog amat berpotensi sebagai media untuk menyebarkan maklumat dalam industri pelancongan.

## **ABSTRACT**

The fast development of information technologies have changed industry structures around the world. Blogs have become a new evolution in the media and technologies around the world. Blogs- online journal have been commonly used by travelers to post their experiences about their interested, thought or place they visit and was delivered their information about tourism destination to others. Hence, this study to analyses about blogs as a media alternative for propagation of information in tourism industry. This study focuses on three important aspects which are the potential of blogs in tourism industry, issues and problems faced of blogs implementation and analyses visitor perception through blogs in tourism industry. This study was conducted in Johor Bahru with a sample study of nine respondents where one respondent are from Tourism Malaysia (Johor), one respondent are from Johor Tourism Action Council, three respondents are from Johor National Parks Corporation, four respondents are from travel agencies and 47 web blogs are related directly with tourism industry. In this study, the researcher uses qualitative method where data collection is done through semi-structured interviews. This data and visitor perception was analyzed manually in the form of themes and aspects required in the study. The findings of this study shows the early function of the blog is for propagation of information based on individually experienced. But a several blogs did not function fully by providing the latest information about tourism destination. However the blogs very potential as a media for propagation of information in tourism industry.

## ISI KANDUNGAN

---

<b>BAB</b>	<b>PERKARA</b>	<b>MUKA SURAT</b>
	PENGESAHAN STATUS TESIS	
	JUDUL	
	PENGAKUAN	i
	PENGESAHAN	ii
	DEDIKASI	iii
	PENGHARGAAN	iv
	ABSTRAK	v
	ABSTRACT	vi
	KANDUNGAN	vii
	SENARAI JADUAL	xi
	SENARAI RAJAH	xii

### BAB SATU

<b>BAB 1</b>	<b>PENDAHULUAN</b>	
1.1	Pengenalan	1
1.2	Latar belakang Kajian	3
1.3	Pernyataan Penyelidikan	4
1.4	Matlamat dan Objektif kajian	5
1.5	Persoalan Kajian	5
1.6	Skop Kajian	6
1.7	Kaedah Penyelidikan	7
	1.7.1 Peringkat Awalan	8
	1.7.2 Kajian Teoritik	9
	1.7.3 Pengumpulan Data	10
	1.7.4 Analisis Data	11
1.8	Hasil Akhir Penyelidikan	11
1.9	Kepentingan Kajian	12
2.0	Rumusan Penemuan Kajian	13

## **BAB DUA**

### **BAB 2      KAJIAN LITERATURE**

2.1	Pengenalan	1
2.2	Blogs	17
2.2.1	Sejarah blog	17
2.2.2	Definisi Blog	18
2.3	Model Blog Pelancongan	19
2.3.1	Pendekatan blog oleh Justin	19
2.3.2	Pendekatan blog oleh Teng-Yong	21
2.3.3	Pendekatan blog Wonderful Malaysia	22
2.4	Hos Blog Popular	23
2.4.1	Hos blog popular di talian	24
2.4.2	Blogs pelancongan	30
2.5	Pembaca Blogs	32
2.6	Penggunaan Bahasa Dalam Blogs	35
2.7	Keperluan Untuk Membina Blog	37
2.8	Kriteria Blog	38

## **BAB TIGA**

### **BAB 3        ANALISIS KAJIAN**

3.1	Pengenalan	40
3.2	Justifikasi Pemilihan Kaedah Kajian	40
3.3	Pemilihan Responden	41
3.4	Faktor Penentu Blog	43
3.4.1	Aktiviti	44
3.4.2	Keunikan	47
3.4.3	Kemudahsampaian	51
3.4.4	Pemasaran dan promosi	53
3.4.5	Gambar	59
3.4.6	Faktor lain	61
3.4.6.1	Faedah	62
3.5	Kesimpulan	63



## **BAB EMPAT**

### **BAB 4 RUMUSAN PENEMUAN KAJIAN**

4.1	Pengenalan	65
4.2	Rumusan	65
4.2.1	Potensi blog	66
4.2.1.1	Aktiviti	67
4.2.1.2	Keunikan	69
4.2.1.3	Kemudahsampaian	69
4.2.1.4	Pemasaran dan promosi	71
4.2.1.5	Gambar	72
4.2.2	Isu utama dalam pelaksanaan blog	73
4.2.3	Analisis pandangan pelawat blog	71
4.2.3.1	Faedah	75
4.2.3.2	Kementerian Pelancongan Malaysia	76
4.2.4	Faktor Lain	76
4.2.4.1	Podcasting	77
4.2.5	Kesimpulan	78
4.3	Cadangan	78
4.3.1	Aktiviti	79
4.3.2	Maklumat	80
4.3.3	Memantapkan kualiti blog	81
4.4	Kesimpulan	82
4.5	Limitasi kajian	84
4.6	Cadangan untuk kajian seterusnya	85

### **RUJUKAN**

## **SENARAI JADUAL**

<b>NO JADUAL</b>	<b>TAJUK</b>	<b>MUKA SURAT</b>
Jadual 1.1	Hos blog popular	24
Jadual 1.2	Blog popular	26
Jadual 1.3	Blog pelancongan	30
Jadual 1.4	Penggunaan bahasa dalam blog	36
Jadual 1.5	Perkara yang diperlukan dalam blog	37
Jadual 1.6	Senarai responden	42
Jadual 1.7	Pandangan pelancong (Aktiviti)	45
Jadual 1.8	Pandangan pelancong (Keunikan)	48
Jadual 1.9	Pandangan pelancong (Kebolehsampaian)	52
Jadual 2.0	Pandangan pelancong (Pemasaran & Promosi)	56
Jadual 2.1	Pandangan pelancong (gambar)	60
Jadual 2.2	Rumusan dapatan aktiviti dalam blog	68
Jadual 2.3	Isu dan cadangan	80
Jadual 2.4	Pencapaian objektif kajian	83

## **SENARAI RAJAH**

<b>NO RAJAH</b>	<b>TAJUK</b>	<b>MUKA SURAT</b>
Rajah 1.1	Carta Alir Pendekatan Kajian	15
Rajah 1.2	Model AIDA	21
Rajah 1.3	Model Blog Wonderful Malaysia	23
Rajah 1.4	Tema penemuan kajian	43
Rajah 1.5	Rangka rumusan potensi blog	66
Rajah 1.6	Rumusan pelaksanaan blog dalam industri pelancongan	74
Rajah 1.7	Rangka rumusan penerapan pelancongan Melalui pandangan pelawat blog	75

## **BAB 1**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 PENGENALAN**

Potensi industri pelancongan sebagai penjana ekonomi baru negara hanya dapat direalisasikan jika usaha-usaha memaju dan membangunkan industri pelancongan diberi penekanan yang sewajarnya. Kepelbagaian sumberjaya dan produk-produk pelancongan yang menarik dan bertaraf antarabangsa merupakan satu tarikan. Sehubungan dengan itu pendekatan yang jitu perlu disusun bagi meningkatkan bilangan kedatangan dan kemasukan pengunjung di samping menggalakkan pelancong membuat lawatan ulangan. Diantara salah satu pendekatan yang digunakan untuk mempromosikan industri pelancongan pada masa kini ialah dengan menggunakan blog.

Blog ialah sebutan ringkas bagi weblog. Ia adalah sebuah diari atau jurnal online yang menyenaraikan pendapat atau pandangan tidak rasmi dan menghubungkan maklumat dengan pihak ketiga secara berkala tentang sesuatu topik khusus dan biasanya disusun mengikut kronologi. Blog mengandungi maklumat yang menggambarkan minat, pemikiran atau pendapat serta mengikut

kronologi iaitu maklumat yang terbaru diletakkan di bahagian atas. Ia mudah dikemaskini tanpa memerlukan pengaturcaraan dan membolehkan pembaca memberikan komen dan ulasan.

Menurut Weil (2006), blog adalah :

*“ a frequent , chronological publication of personal thoughts and web links”*

Wu (2005), blog adalah :

*“ in principal, a blog is mot different from webpage, however, a blog can be created with the touch of mouse clicks and no experience in web authoring is needed”*

“.... Blog merupakan laman web yang memudahkan interaksi seponatan, anda boleh berkongsi minat dan kepakaran melalui blog...” ( Rosli Jamal, 2007)

Dari petikan di atas dapatlah dirumuskan bahawa blog dapat meletakkan kedudukan produk serta menyebarkan maklumat serta pengguna dapat mengetahui apa yang berlaku dipersekitarannya.

## **1.2 LATARBELAKANG KAJIAN**

*Perseus Development Corporation* mendapati daripada 4.12 juta blog yang dibina menggunakan program perkhidmatan blogging seperti *Blog-City*, *Blogspot*, *Diaryland*, *Live Journal*, *Pitas*, *TypePad*, *Weblogger* dan *Xanga*, 2.72 juta blog telah ditinggalkan selepas dua bulan. Malah lebih memeranjatkan 1.09 juta blog hanya dibina untuk selama sehari sahaja dan ditinggalkan oleh blogger. Langkah ingin mencuba sesuatu yang baru dan canggih seperti blog memang baik sekali. Namun lebih bermanfaat lagi jika amalan yang baik itu dapat dibuat secara berterusan. Ini memerlukan ilmu dan kehendak yang mantap.

Pelancongan telah ditafsirkan sebagai industri yang terbesar di dunia (Goeldner and Richie, 2003.) Peranan utama industri pelancongan adalah menyediakan produk-produk pelancongan kepada sarannya. Medium yang terbaik dalam menyalurkan maklumat yang terkini dan bersifat interaktif kepada pelancong adalah melalui blog. Walau bagaimanapun berdasarkan dapatan pengkaji, beberapa kenyataan isu dan masalah dikenalpasti dalam kajian ini iaitu :

- Blog sebagai sumber maklumat industri pelancongan di Malaysia merupakan perkara yang baru (di peringkat awal) dan belum ada kajian mengenai potensi blog dalam menyalurkan maklumat untuk pembangunan produk pelancongan dan belum terbukti kesesuaiannya untuk dilaksanakan di Malaysia.
- Program blog dalam arena pelancongan masih tidak begitu menggalakkan dan tidak menentu, malah ia masih mencari halatuju untuk menjadi sebuah

program yang kukuh dalam pembangunan pelancongan. Ini disebabkan program ini masih kurang teratur malah program ini tidak dipromosikan secara menyeluruh dan lebih khusus.

- Setakat ini, Kementerian Pelancongan, agensi-agensi pelancongan yang aktif dalam industri pelancongan tidak mempunyai model kepada pembangunan pelancongan yang berkonsepkan dan menggunakan blog.

### **1.3 PENYATAAN PENYELIDIKAN**

Persoalannya disini adalah, “Mampukah Blog Menjadi Wadah Sebaran Maklumat Dalam Industri Pelancongan di Malaysia?” Blog merupakan laman web yang memudahkan interaksi spontan ( Rosli Jamal, 2007) . Melalui blog perkongsian minat dan kepakaran akan membentuk satu komuniti yang akan memberi peluang kepada semua sasaranya mengetahui dan menggambarkan apa yang berlaku di lokasi yang sebenar.

Dalam industri pelancongan, salah satu medium yang boleh digunakan untuk menyebarkan maklumat secara efisien adalah melalui blog. Melalui blog banyak aktiviti dan kreativiti boleh diketengahkan seperti menggunakan animasi, audiovisual, power point dan podcast ( Melalui Podcasting, suara dan muzik boleh dimuat turun dan dimainkan semula ke alat pemain MP3, ipod, telefon bimbit atau komputer peribadi). Sehubungan dengan itu, blogger seharusnya

memastikan produk yang mereka promosikan menerima pengiktirafan supaya produk itu dilihat bermutu dan bernilai.

#### **1.4 MATLAMAT DAN OBJEKTIF KAJIAN**

Matlamat kajian ini adalah untuk mengkaji sejauhmana keberkesanan blog sebagai medium penyebaran maklumat dalam industri pelancongan di Malaysia.

Bagi mencapai matlamat kajian, objektif yang digariskan adalah:

- i. Menenalpasti kesesuaian dan peranan blog sebagai media sebaran maklumat dalam industri pelancongan.
- ii. Menenalpasti potensi blog sebagai alat pemasaran dan promosi dalam industri pelancongan.
- iii. Menenalpasti isu dan masalah blog dalam pelaksanaannya dalam industri pelancongan.
- iv. Mengemukakan cadangan dan kaedah yang sesuai untuk mengatasi isu dan masalah yang timbul dalam blog.

#### **1.5 PERSOALAN KAJIAN**

Persoalan kajian adalah bertujuan untuk memperincikan lagi kajian yang akan dijalankan :



- i. Apakah peranan blog yang bersifat interaktif dan dikemaskini mengikut kronologi dapat memberi kepuasan kepada pihak ketiga.
- ii. Adakah blog berpotensi menjadi media alternatif sebaran maklumat.
- iii. Adakah blog dapat berfungsi sebagai alat promosi dan pemasaran secara berkesan dan cepat.
- iv. Apakah bentuk cadangan yang sesuai untuk mengatasi isu dan masalah yang timbul dalam pelaksanaan blog.

## **1.6 SKOP KAJIAN**

Bidang kajian akan lebih menumpukan kepada blog sebagai medium maklumat dalam industri pelancongan di Malaysia yang berpotensi menjadi pilihan. Untuk mencapai matlamat kajian yang telah digariskan, terdapat beberapa aspek kajian yang akan dikaji berdasarkan kepada kemampuan pengkaji dan jangka masa kajian yang terhad. Oleh itu, bidang kajian ini merangkumi aspek-aspek skop kajian seperti berikut:

- i. Mengenalpasti blog sebagai penyampai maklumat yang efektif dan kondusif.

Kajian ini akan mengenalpasti samada blog mampu secara efektif berfungsi sebagai saluran informasi dalam industri pelancongan berdasarkan maklumat yang diberikan oleh responden.

- ii. Mengenalpasti potensi blog untuk digunakan sebagai media alternatif penyebaran maklumat dalam industri pelanconga.
- iii. Mengenalpasti kepentingan untuk menerapkan blog sebagai medium sebaran maklumat dalam industri pelancongan di Malaysia.
- iv. Kajian ini dibataskan dalam kawasan kajian iaitu bandar Johor Bahru.
- v. Kajian ini menghasilkan cadangan yang sesuai untuk membangunkan blog sebagai salah satu kaedah pemasaran yang berkesan serta berpotensi untuk digunapakai dan dilaksanakan di Malaysia.

## **1.7 KAEDAH PENYELIDIKAN**

Kaedah yang digunapakai dalam kajian ini adalah kaedah kualitatif dimana kaedah temubual berstruktur dan tidak berstruktur digunakan. Kaedah ini dirasakan sesuai bagi pengkaji untuk mengenalpasti isu dan masalah sesuatu perkara disamping kekangan masa yang timbul. Penggunaan kaedah kualitatif ini disokong oleh Taylor dan Bogdan (1984:81) yang mengatakan :

*“Interviewing makes the most efficient use of the time for researches with limited time. Studies based on interviewing usually can be completed in a shorter period”*

Rangka kerja penyelidikan adalah merupakan rumusan terhadap langkah kajian yang akan dijalankan mengikut peringkat yang lebih sistematik. Secara umumnya, metodologi kajian yang akan dijalankan ini akan dibahagikan kepada empat peringkat utama sepertimana yang terdapat di dalam rajah 1.1. Ia merangkumi :

#### **1.7.1 Peringkat Awalan**

Peringkat ini merupakan peringkat dimana isu dan masalah dikenalpasti, membentuk matlamat dan objektif serta menyusun rangka kaedah penyelidikan secara keseluruhan. Peringkat ini juga adalah merupakan peringkat pembentukan pengenalan dan rangkakerja asas kajian.

Pada peringkat ini, kajian literatur juga telah dijalankan bagi melihat potensi untuk mengkaji masalah dan isu tersebut. Rujukan terhadap kajian-kajian terdahulu juga dilakukan bagi mendapatkan gambaran bagaimana isu ini akan dikembangkan menjadi satu medium yang terbaik.

Bagi memahami kajian yang dijalankan, pengkaji mendapatkan bahan dari pelbagai sumber. Antaranya teknik temubual bersama-sama pihak yang terlibat secara langsung dan tidak langsung seperti *Tourism Malaysia* (Negeri Johor), Majlis Tindakan Pelancongan Negeri Johor, Agensi-agensi pelancongan (seperti dalam jadual 1.1) di negeri Johor. Pengkaji merasakan perlunya pemahaman awal terhadap potensi blog sebagai sumber maklumat industri pelancongan di Malaysia.

### **1.7.2 Kajian Teoritikal**

Kajian peringkat ini dilakukan bagi mendapatkan kefahaman yang lebih mengenai tajuk kajian dan sebagai langkah bagi mendapatkan rangka teori yang sesuai bagi dijadikan landasan kepada kajian yang dilakukan. Kajian ini melibatkan rujukan ilmiah, jurnal, kajian terdahulu di samping mengetahui pendekatan yang telah digunakan di luar negara di dalam merealisasikan potensi blog sebagai sumber maklumat kepada industri pelancongan.

Secara ringkasnya, bahagian ini memerlukan pengkaji memahami bidang kajian secara teoritikal dengan lebih terperinci. Ia bertujuan untuk memberi pemahaman, pendedahan dan gambaran yang lebih jelas terhadap kajian yang akan dijalankan agar ia mudah diadaptasikan ke atas kawasan kajian kelak.

### 1.7.3 Pengumpulan Data

Peringkat ini merupakan peringkat terpenting dalam kajian. Tujuan utama peringkat ini adalah bagi mendapatkan data-data primer dan sekunder yang akan digunakan bagi tujuan analisis. Terdapat dua jenis maklumat yang dikumpulkan iaitu :

- Data primer hasil temubual daripada pihak yang terlibat dengan kajian. Data ini didapati dari temubual secara bersemuka atau menggunakan telefon dengan responden yang terlibat.
- Data sekunder seperti data-data yang diperolehi daripada jabatan yang berkaitan dengan skop kajian.

Teknik temubual tidak berstruktur digunakan yang mementingkan penerokaan idea ataupun perbincangan terbuka. Ia dilakukan dalam situasi tidak formal. Kaedah ini memberi peluang pengkaji meneroka dan membuat interpretasi mengenai perasaan dan ideanya sendiri. Pengkaji juga menggunakan soalan terbuka sebagai panduan untuk memprovokasi responden. Perbualan ini dirakamkan supaya mudah bagi pengkaji meneliti kembali persoalan isu kajian.

Responden dalam skop kajian ini termasuklah *Tourism Malaysia* (Johor), Majlis Tindakan Pelancongan Negeri Johor dan Agensi-agensi pelancongan yang terdapat di negeri Johor. Responden ini akan memberikan pendapat dan

pandangan akan potensi blog sebagai sumber maklumat industri pelancongan di Malaysia. Dari matlamat dan objektif kajian, responden ini telah dipilih berdasarkan kepentingan mereka dalam kajian ini.

#### **1.7.4 Analisis Data**

Pada peringkat ini, semua data akan dianalisis menggunakan teknik dan kaedah yang bersesuaian. Data-data temubual dianalisis secara manual iaitu dalam bentuk perilahan mengikut tema-tema dan aspek-aspek yang dikehendaki (Thematic Framework). Bagi mendapatkan tema, proses analisis data dilakukan berselang-seli dengan proses pengumpulan data. Sepanjang proses pengumpulan dan analisis data, tema-tema tersebut diperkemas bagi membolehkan ia mewakili sepenuhnya pengalaman responden. Secara ringkasnya ia dapat menentukan potensi blog dalam industri pelancongan dalam penyebaran maklumat. Setelah penganalisan, penemuan kajian akan menentukan situasi serta bentuk tindakan yang akan dirancang bagi menjawab dan mengatasi permasalahan yang wujud.

#### **1.8 Hasil Akhir Penyelidikan**

Di dalam peringkat akhir ini, penemuan kajian berdasarkan hasil analisis yang telah dijalankan akan dilakukan. Hasil akhir ini adalah untuk menentukan

potensi blog sebagai sumber maklumat industri pelancongan di Malaysia sebagai salah satu pilihan yang efektif dalam pembangunan pelancongan.

Pembentukan cadangan adalah hasil daripada penemuan kajian yang telah dikenalpasti. Cadangan yang dikemukakan juga adalah berdasarkan senario pembangunan pelancongan semasa selari dengan matlamat kajian yang telah dibentuk pada peringkat awal.

## **1.9 Kepentingan Kajian**

Diharapkan kajian ini akan memberikan sumbangan kepada Kementerian Pelancongan dalam meningkatkan aktiviti pemasaran melalui internet secara lebih interaktif. Dari segi program dalam blog, produk pelancongan dapat diketengahkan dengan lebih efisien dan terkini serta membicarakan sesuatu topik lebih khusus.

Memandangkan industri pelancongan telah menjadi industri kedua terbesar di Malaysia, maka pengkaji merasakan adalah penting kajian ini dilakukan bagi meletakkan kedudukan produk pelancongan lebih stabil melalui blog. Melalui blog, pembaca merasa lebih mudah memperolehi maklumat kerana ia mengandungi pautan kepada sumber maklumat lain yang membicarakan tema dan topik yang relevan. Dengan ini pembaca tersebut berpeluang mendapat

maklumat yang menyeluruh dan terkini daripada sumber maklumat dan rujukan yang pelbagai.

Kepentingan program ini kepada negara ialah mampu menarik kedatangan pelancong sama ada pengunjung harian ataupun pelancong yang datang untuk tujuan tertentu ke kawasan-kawasan tarikan.

## **2.0 Rumusan Penemuan Kajian**

Bahagian ini membentangkan penemuan utama kajian ini. Sebahagian daripada petikan temubual digunakan untuk menyokong penemuan dan perbincangan hasil kajian. Secara umumnya penemuan kajian dilihat menurut persoalan kajian.

Justeru itu, hasil daripada kajian ini digunakan oleh pihak yang terbabit untuk mengenalpasti potensi yang terdapat pada pengisian program blog tersebut. Secara langsung usaha ini dapat memberi galakan kepada peningkatan bilangan kemasukan pelancong selain daripada menggalakkan pelancong untuk membuat lawatan berulang ke kawasan tersebut.

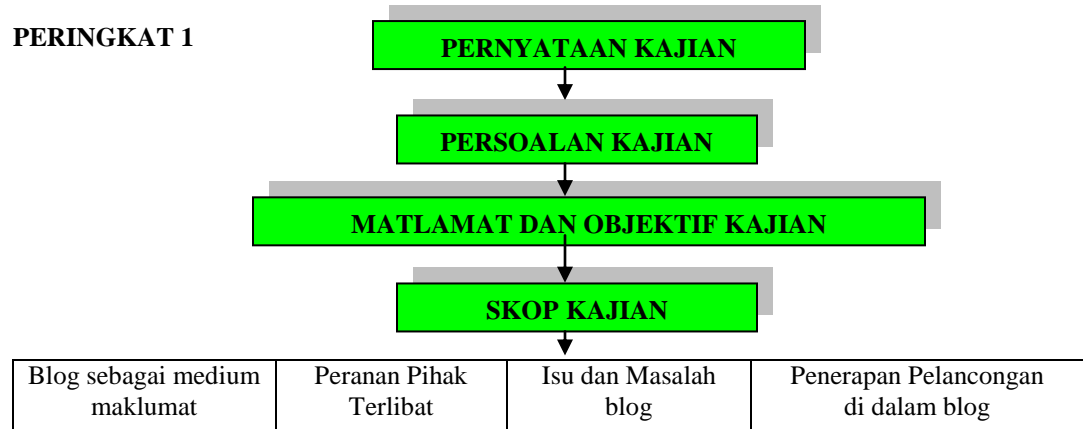
Diharap hasil kajian ini dapat mencapai matlamat dan objektif yang dibentuk. Selain itu, bahagian ini merupakan panduan asas yang akan membantu pengkaji dalam menjayakan penyelidikan secara terancang dan teratur bagi



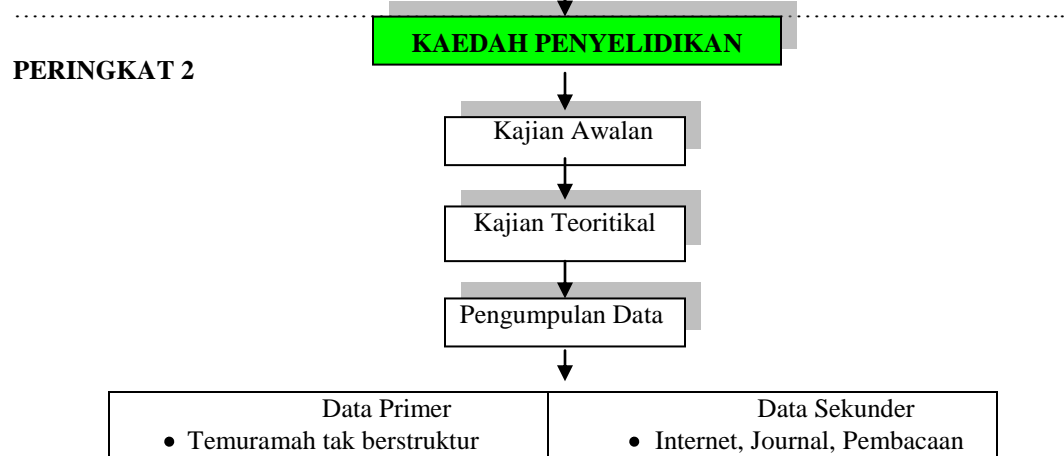
mencapai matlamat kajian. Perbincangan yang kritis juga diperlukan bagi mengukuhkan rumusan penemuan kajian seterusnya dapat menunjukkan kepentingan kajian ini dilakukan.

**Rajah 1.1** :Carta Alir Pendekatan Kajian

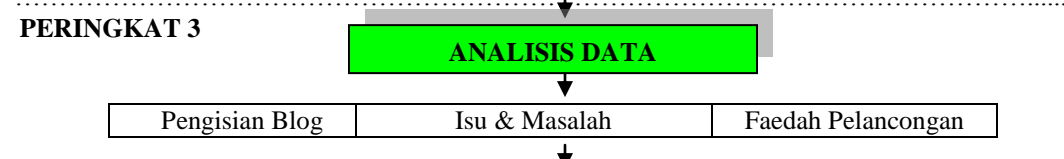
**PERINGKAT 1**



**PERINGKAT 2**



**PERINGKAT 3**



**PERINGKAT 4**



## **RUJUKAN**

BlogPulse (2006) Retrieved August 9, 2006, from BlogPulse website:

<http://www.blogpulse.com>

Converse, J. M., and Presser, S. (1986) *Survey Questions: Handcrafting the Standardized Questionnaire*. Beverly Hills, CA: Sage.

Crispin, D., & Pat, M. C. "I Like Your Style : The Learning Approaches of Leisure, Tourism and Hospitality Students Studying Generic Modules". *Journal of Hospitality, Leisure, Sport and Tourism Education*. Vol 5 No. 2

Frankfort-Nachmias, C., & Nachmias, D. (1996). "Research Methods in the Social Sciences.(5<sup>th</sup>ed)", London: St. Martins Press, Inc.

Gunn, C.A (1994), "Tourism Planning : Basics, Concepts, Cases", New York : Taylor and Francis

Iskandar Ab Rashid & Zaitun Ismail, (2007) *Membina Blog Pertama Menggunakan Google : E- Blogger*. Venton Publishing (M) Sdn. Bhd. Selangor Darul Ehsan.

Johnston, T. C. (2002) *Teaching with a Weblog: How to post student work online*. Paper presented at the meeting of the Academy of Educational Leadership Conference. Nashville,TN.

- Krosnick, J. A., Narayan, S., and Smith, W. R. (1996) Satisficing in surveys: Initial evidence. In M.T. Braverman and J. K. Slater (Eds.), *Advances in survey research*, pp. 29-44. San- Francisco, CA: Sage.
- Nor' Ain Othman, (2005) "Conference Proceeding The 2<sup>nd</sup> Tourism Outlook Conference" : Tourism Edge and Beyond. UiTM Shah Alam Selangor.
- O'Reilly, Tim (2000). *What Is Web 2.0? – Design Patterns and Business Models for the next generation of Software*.  
<http://www.oreillynet.com/pub/a/reilly/tim/news/2005/09/30/wat-is-web-20.html>, accessed 18 october 2005.
- Price, J., and Starkov, M. (2006) *Building a Blog Strategy in Hospitality: Grow Customer Relationships and Direct online Revenue*. Retrieved from Hospitality Net Web Site:  
<http://www.hospitalitynet.org/news/4026867.html>
- Ritchie, J. & Spencer, L. (1994). *Qualitative data analysis for applied policy research*. In A. Bryman, & R. Burgess, (eds.) "Analysing qualitative Data". London: Routledge, (Chaptr 9)
- Rosl Jamal (2007). *Blog, Blogger, Blogging*. Al-Amen Serve Holdings, Kuala Lumpur.
- Rubin, H.J. and Rubin I.S.(1995), "Qualitative Interviewing : The Art of Hearing Data", California: SAGE Publications
- Siemens, G. (2002) *The Art of Blogging-part 1*, Retieved August 16,2006, from learspace Web Site:[http://www.elarnspace.org/artiles/blogging\\_part\\_1.htm](http://www.elarnspace.org/artiles/blogging_part_1.htm)

The Blog Herald (2005). Blog Count October 2005: over 100 million blogs created. <http://www.blogherald.com/2005/10/10/the-blo-herald-blogcount-october-2005/>, accessed 15 October 2005.

Taylor, S.J. and Bogdan, R.(1984), "Introduction to Qualitative Research Methods: The Search for Meanings", 2<sup>nd</sup> ed. Canada: John Wiley & Sons

Virtual Malaysia (2005). About Virtual Malaysia.  
[http://www.virtuamalaysia.com/contact\\_us/about.cfm](http://www.virtuamalaysia.com/contact_us/about.cfm), accessed 13 October 2005.

Weil, B. (2006) Top 20 Definitions of Blogging. Retrieved August 16, 2006, from Marketing Terms website:  
<http://www.marketingprofs.com/login/signup.asp?source=/3/weil9.asp>

Wikipedia (2005b). Podcasting, <http://en.wikipedia.org/wiki/podcasting>, accessed 10 October 2005.

Wu, W. S. (2005) Using blogs in an EFL writing class. Paper presented at the meeting of the 2005 Conference and Workshop on TEFL and Applied Linguistics, Department of Applied English, Ming Chuan University. Retrieved August 16, 2006 from:  
<http://www.chu.edu.tw/~wswu/publications/papers/conferences/05.pdf>